

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО БРЕНДУ МІСТА ЛУЦЬКА

М.І. Лепкий, О.О. Вісин, Ю.Є. Дащук

Луцький національний технічний університет,
lepkiym@gmail.com, lena_visyn@ukr.net, yli2204@ukr.net

Термін «бренд» походить від давньо-норвезького слова, що означає «ставити клеймо». Сучасні гастрономічні бренди – це емоційні, органолептичні, індивідуальні образи гастрономічного товару чи послуги, які відображають їх унікальні риси й характеристики. У мережах ресторанного господарства споживачу надаються інтегровані пропозиції як брендів товарів, так і брендів послуг. При цьому брендівими товарами у закладах ресторанного господарства можуть виступати ресторанный страви та послуги, що надаються тільки в даному ресторані [1]. Саме ці аспекти визначають актуальність ролі ресторанів у формуванні гастрономічного бренду міста Луцька.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів сталого розвитку гастрономічного туризму займалися такі вчені, як: Басюк Д.І., Божук Т.І., Вишневецька Г.Г., Любіцева О.О., Сокол Т.І., Ткаченко Т.І. та ін. Аналіз фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму територій.

Стратегічна мета розвитку гастрономічного туризму полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а формування гастрономічних брендів сприяє розвитку туризму загалом та відродженню національних кулінарних традицій зокрема [3].

На даний час у місті Луцьку функціонують дев'ятнадцять ресторанів. Є ресторани з українською, болгарською, чеською, німецькою, китайською, грузинською, італійською, вірменською, російською, азербайджанською, японською, американською, тайською, кавказькою, європейською кухнею, але все ж більшість ресторанів спеціалізується на європейській кухні. Основними ресторанами закладами міста, які мають свою спеціалізацію є Корона Вітовта, Чевермето, Бравий Швейк, Мелодія, Добра хата тощо.

На нашу думку, велику історичну роль у формуванні гастрономічного бренду досліджуваної території відіграла подія, що сталася у січні 1429 року у Луцьку – З'їзд європейських монархів. Місто стало свідком масштабних королівських трапез, під час яких щоденно споживалося по 700 бочок питного меду, мальвазії, 700 волів, 1400 баранів, сотні лосів й диких кабанів. Були заготовлені сотні бочок вина та пива, стада лосів, зубрів, диких кабанів, золоте та срібне столове приладдя. Загалом до Луцька прибуло 15 тисяч осіб, що перевищувало населення міста в кілька разів [2].

Літописи та інші писемні пам'ятки, а також археологічні розкопки, свідчать про багатство і різноманітність їжі, що споживало населення Луцька. Крім продуктів переробки зерна і різних овочів, до складу їжі входило м'ясо свійських тварин (свиней, овець, кіз, корів, телят) і птиці (курей, гусей, качок, голубів, тетеревів і рябчиків).

Корона Вітовта – ресторан, що знаходиться на місці, де відбувся легендарний банкет князя Вітовта на честь Першого з'їзду монархів Європи 1429 року у Луцьку. Для закладу кожен з гостей – коронована особа. Девіз ресторану: «Частуємо королів з 1429 року». Ресторан дивує гостей особливими стравами та їх подачею. Наприклад, глазуровані у гречаному меді свинні реберця, томлені 12 годин у низькій температурі, а потім смажені до хрусткої скоринки і наостанок нагарає чужеземний абрикосовим димом, що подаються з гострою капустою та маринованою сливою. Особливістю подачі є напускання диму під клош, яким накрита страва. Ще однією стравою з особливою подачею є качина ніжка у медовій скоринці з печі фламбована коньяком. Перед тим як принести страву гостю, її підпалюють. Крім того, фірмовими стравами ресторану є «Скарби Вітовта», «Княжий меч», «Колдунай» тощо. За основу деяких рецептів було взято щоденник королівського кухаря Сварога, який знайдено під час розкопок на території Луцького замку.

З метою подальшого формування гастрономічного бренду міста та з метою розвитку гастрономічного туризму, на території Луцького замку щорічно організовується фестиваль «Lutsk Food Fest».

Таким чином, сучасна гастрономія є невід'ємним елементом ознайомлення з культурою та стилем життя відвідуваної території. Вона надає можливість розвивати туризм, сприяє регіональному економічному розвитку та формуванню якісної інфраструктури.

Важливим кроком на шляху популяризації гастрономічних брендів Луцька має стати спільна праця усіх суб'єктів туристичної діяльності міста. Так, заклади ресторанного господарства завдяки своєрідній подачі, унікальним назвам страв, їх автентичній рецептурі можуть стати каталізаторами розвитку гастрономічного туризму. Центр туристичної інформації та послуг Луцька, туристичні підприємства, органи місцевої влади мають взяти на себе функцію розміщення та промоції гастрономічних пропозицій міста в Інтернет-просторі, що дозволить підвищити рівень пізнаваності гастрономічного бренду Луцька і тим самим посилити його туристичну привабливість.

Список використаних джерел:

1. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: кол. монографія / за наук. ред. Д.І. Басюк. – Вінниця Едельвейс і Ко, 2017. – 318 с.
2. Офіційний сайт КП «Центр туристичної інформації та послуг». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visitlutsk.com/page/ua/congress/>
3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2009. – 463с.